

## Ripresa del turismo: con l'Intelligenza Artificiale aumentano le prenotazioni e si prevedono i trend

Comunicato stampa

*In un contesto di forte dinamicità ed incertezza, il settore del turismo è chiamato ad evolversi attraverso soluzioni di Intelligenza Artificiale come quelle proposte dal **gruppo Vedrai** che, attraverso i suoi **agenti virtuali**, consente di prevedere scenari diversi per individuare il migliore ed adattare per tempo la propria offerta, ottenendo così anche un importante vantaggio competitivo.*

Milano, 15 dicembre 2021 - Negli ultimi due anni, la pandemia da Covid-19 ha colpito duramente l'economia internazionale e tra i settori che sono stati impattati in maniera più dura spicca senz'altro quello del **turismo internazionale**: tutti i Paesi hanno dovuto limitare i viaggi non solo nazionali ma anche intercontinentali, per arginare la diffusione del virus. Secondo [Statista](#), gli arrivi di turisti internazionali nel 2020 sono diminuiti del 73% rispetto all'anno precedente; in particolare, in [Italia](#), l'incoming è diminuito drasticamente a marzo 2020 rispetto ai dati mensili dei due anni precedenti, raggiungendo circa 1,1 milioni e ad aprile 2020 la cifra è scesa a 809.000. Nell'agosto 2021 il volume dei turisti in entrata nel nostro Paese è salito a quasi 7 milioni, aumentando rispetto al 2020 ma rimanendo molto al di sotto degli 11 milioni nel pre-pandemia (rilevati ad agosto 2018 e agosto 2019).

Chi **lavora nel settore del turismo** - e di riflesso in tutta la filiera dell'hospitality, della ristorazione, dei servizi termali e dei parchi divertimento - ha avuto dunque in questi mesi la doppia esigenza di gestire la ripartenza e recuperare i mesi di "blocco", adattandosi ai nuovi modi di viaggiare e consumare, cercando di prevedere le conseguenze dei nuovi flussi. Basti pensare alla necessità di guardare con sempre più attenzione al **turismo interno** o da altre nazioni d'Europa, con un impatto significativo soprattutto per le grandi città d'arte come Roma, Firenze e Venezia che invece basavano gran parte del business sull'incoming asiatico ed extracontinentale.

In un contesto come quello attuale in cui la situazione si modifica continuamente e repentinamente, **l'Intelligenza Artificiale** rappresenta una soluzione in grado di supportare il settore che ha quanto mai bisogno di dati, informazioni e indicatori in tempo reale per poter prevedere a medio e lungo termine scenari diversi per studiare e attuare strategie per reagire.

A sottolinearlo è **Vedrai**, il gruppo guidato da **Michele Grazioli** e specializzato nello sviluppo di piattaforme basate su **Intelligenza**

**Artificiale** rivolte alle PMI: Vedrai si avvale di **“agenti virtuali”** che, grazie alla modellazione predittiva Artificial Intelligence based, calcolano l’impatto futuro di ogni decisione prima che questa venga presa, con risultati granulari e specifici. Tra gli agenti virtuali di Vedrai spicca **James™** che supporta il CEO fornendo una panoramica complessiva dell’andamento aziendale e simulando diversi scenari di allocazione di budget per osservare i risultati futuri a parità di condizioni.

Per supportare il direttore vendite in particolare nei settori come quello del turismo e dell’hospitality, Vedrai mette a disposizione l’agente virtuale **Frank™**, che monitora i trend di mercato e prevede la curva di domanda dei diversi prodotti (dai pacchetti vacanze ai voli, fino alle crociere) anche in funzione di variabili come il prezzo. L’insieme delle informazioni raccolte preventivamente permette di sfruttare nuove opportunità e di fronteggiare le mutevoli condizioni di mercato.

“Quello del turismo è un settore strategico per la ripartenza dell’Italia e ha quanto mai bisogno di evolvere attraverso analisi e dati per poter prevedere la domanda ed adeguare quindi l’offerta in tempo reale. L’Intelligenza Artificiale che è alla base delle soluzioni di Vedrai consente di calcolare l’impatto delle decisioni, evitando investimenti sbagliati sia in termini di tempo che di risorse e riducendo errori”, sottolinea **Renato De Marco, Head of Business Development di Vedrai.**

Inserendo nel team l’agente virtuale Frank™, le aziende possono utilizzare **soluzioni di Dynamic Pricing** che consentono di individuare il prezzo giusto al momento giusto, stabilendo prezzi più precisi e margini più elevati per quanto riguarda i servizi turistici, come ad esempio stanze di hotel o biglietti di viaggio. Le analisi effettuate con algoritmi di dynamic pricing sviluppati sulla tecnologia di Premoneo - società recentemente entrata a far parte del Gruppo Vedrai - sono in grado di individuare il prezzo ottimo in base alla tipologia di soggiorno, al momento dell’acquisto, alla tipologia di cliente e ad altri fattori che hanno impatto sulla domanda. Per il settore hospitality si tratta di uno strumento fondamentale per ottimizzare la saturazione della struttura senza perdere di vista gli obiettivi principali in termini di offerta e posizionamento di mercato.

A dimostrarlo sono i risultati di uno dei principali gruppi italiani dell’ospitalità, proprietario e gestore di più di 10 Resort, che grazie al revenue management system basato sugli algoritmi di dynamic pricing sviluppati da Premoneo, è riuscito ad ottimizzare la definizione dell’offerta grazie a suggerimenti di prezzo per ogni tipologia di camera sul canale di vendita diretto e sulle agenzie di viaggio online. Gli algoritmi di forecasting hanno permesso di ottenere previsioni dell’occupazione accurate al 95%, nonostante un’annata anomala come il 2021, e il numero di notti vendute è aumentato del 91% rispetto al 2020 anche a fronte di un incremento medio dell’ADR (Average Daily Rate) del 15%, riuscendo quindi a massimizzare i

ricavi nei momenti di picco e a usare il prezzo come leva per stimolare gli acquisti nei momenti di bassa domanda .

Altro strumento di Frank™ indispensabile per il turismo è **“Trend & Mercati”** che monitora il trend relativo alla ricerca di parole chiave strategiche per i canali di business aziendale, hotellerie, servizi termali, servizi sanitari e retail: le strutture che si sono affidate all'**Intelligenza Artificiale di Vedrai** hanno quindi potuto individuare trend e nuove nicchie di mercato, ottenendo anche un importante vantaggio competitivo.

L'Intelligenza Artificiale ha in primis mostrato come, post pandemia Covid-19, le persone stessero maturando una sempre più profonda consapevolezza in merito all'importanza di **prendersi cura di sé** con un focus specifico riguardante il rinforzo e i trattamenti preventivi per il sistema immunitario.

Parallelamente, è emerso il trend del **“ritorno alla natura”**: le limitazioni agli spostamenti si sono infatti accompagnate al sempre più diffuso bisogno di “disconnettersi digitalmente”, portando alla nascita di una nuova esigenza sul mercato, ovvero **l'esperienza outdoor**. Avendo a disposizione questi dati anticipatamente, le strutture clienti di Vedrai hanno potuto integrare la propria offerta con una serie di servizi che vanno in questa direzione di cura e ritorno alla natura, ad esempio aggiungendo zone dedicate alla meditazione nella foresta, la possibilità di fare bagni in fonti d'acqua naturali, percorsi terapeutici nel bosco per stimolare e rilassare sensi come olfatto e udito.

Le strutture, quindi, sono state in grado di agire preventivamente a livello strategico in modo da calibrare la propria offerta e definire su quali servizi e prodotti focalizzarsi, acquisendo così un forte vantaggio competitivo rispetto agli altri operatori del mercato.

About Vedrai - [www.vedrai.com](http://www.vedrai.com)

Vedrai SpA è un gruppo specializzato in Intelligenza Artificiale. In particolare, Vedrai ha sviluppato soluzioni per supportare imprenditori e manager nel processo decisionale: ancor prima che le decisioni vengano prese, Vedrai ne calcola l'impatto sull'azienda, analizzando decine di migliaia di variabili (interne ed esterne) e individuando le possibili relazioni di causa-effetto. Il Gruppo Vedrai è stato fondato nel 2020 da Michele Grazioli e ha attualmente nel suo portfolio aziende specializzate in dynamic pricing (Premoneo) e manutenzione predittiva (Fermai).

Ufficio stampa Vedrai Spa

Press Play | Comunicazione e Pubbliche Relazioni

Agnese Vellar | +39 340 2620331 | [agnese@agenziapressplay.it](mailto:agnese@agenziapressplay.it)

Alessandro Tibaldeschi | +39 333 6692430 | [ale@agenziapressplay.it](mailto:ale@agenziapressplay.it)

Marco Puelli | +39 320 1144691 | [marco@agenziapressplay.it](mailto:marco@agenziapressplay.it)